

Apothekerliche Wertreklame

Die Arbeit untersucht Wertreklame als Teil des Apothekenmarketing. Während die Frage nach der Zulässigkeit von Rabatten, Zuwendungen & Co. gegenüber laienhaften Apothekenkunden dem ständigen rechtlichen Diskurs unterliegt, harzt Wertreklame gegenüber Fachkreisen einer näheren Befassung. Es wird daher im Anschluss an eine Darstellung der normativen Grenzen zum einen die korruptionsrechtliche Frage der Beeinflussung von Fachkreisen zur Zuführung von Patienten oder Zuweisung von Verschreibungen an Apotheken betrachtet. Zum anderen wird Wertreklame gegenüber Fachkreisen bei Bezugsgeschäften von z.B. Applikationsarzneimitteln analysiert, die aufgrund der Fachkreiszugehörigkeit der Werbeadressaten einer komplexen Regulierung unterliegt.

**89,00 €**

83,18 € (zzgl. MwSt.)

*Lieferfrist: bis zu 10 Tage***Artikelnummer:** 9783848780679**Medium:** Buch**ISBN:** 978-3-8487-8067-9**Verlag:** Nomos**Erscheinungstermin:** 08.03.2021**Sprache(n):** Deutsch**Auflage:** 1. Auflage 2021**Serie:** Schriften zum Bio-, Gesundheits- und Medizinrecht**Produktform:** Kartoniert**Gewicht:** 499 g**Seiten:** 335**Format (B x H):** 153 x 227 mm